



GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Voorstelling campagne

Katrien Smet



GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Opdracht

- Een informatiecampagne voeren met informatie uit het algemeen waterverkoopreglement voor mensen in armoede.
- Bedoeling:
 - informeren over rechten en plichten in het algemeen waterverkoopreglement
 - kennis over de actoren vergroten → bij welke instelling kan men terecht met vragen of problemen.
 - doelgroep sensibiliseren om spaarzaam om te gaan met water



GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Aanpak

- **Klankbordgroep**
- **Oproep** via e-mail
- **Samenstelling:**
 - Vlaams netwerk armoedebestrijding
 - Samenlevingsopbouw
 - Centrum voor gelijkheid van kansen
 - OCMW Dendermonde en Zele
 - Ervaringsdeskundigen
 - VMM



GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Klankbordgroep

- Aan welke informatie hebben mensen in armoede nood?
- Hoe kunnen we mensen in armoede bereiken?
 - best via intermediairen
- Zijn er bestaande (communicatie)kanalen?
- Welke vorm spreekt het meeste aan?
 - schriftelijke communicatie werkt meestal niet
 - studiedagen voor hulpverleners en website voor hulpverleners



GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Communicatiebureau

- Campagnevoorstel uitwerken
- Weinig expertise
- Input, begeleiding en feedback door klankbordgroep



GOED GEREGLD = GELD GESPAARD

Doelgroepen

- **Afbakenen doelgroep** 'mensen in armoede':
 - moeilijkst bereikbare groep: laaggeschoolden en laaggeletterden
 - Prioritair:*
 - Laagopgeleiden
 - Laaggeletterden
 - Nederlandstalig (alle Vlaamse provincies)
 - Mannen en vrouwen
 - 18 – 65 jarigen
 - Secundair:* laag-, gemiddeld- tot hoogopgeleide mensen in armoede
- **Intermediairen:** hulpverleners en ondersteunende instanties



GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Concept

- Communicatie centraliseren rond belangrijkste zorg van mensen in armoede: financiën.
- Grote inzet intermediairen.
- Twee communicatiegolven:
 - een zichtbare, zeer **toegankelijke en duidelijke campagne** gericht naar de kansarmen → via een direct praktisch gebruiksvoorwerp wordt op eenvoudige herkenbare wijze informatie aangereikt.
 - een **informerende en sensibiliserende campagne** gericht naar de intermediairen → kunnen de verdere informerende en sensibiliserende rol opnemen.



GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Concept

- Iconografisch logo
- Slogan





GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Concept

- Iconografisch logo
- Slogan
- Campagnefoto
- Tone of voice





GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Concept

- Iconografisch logo
- Slogan
- Campagnefoto
- Tone of voice
- Dagelijks gebruiksvoorwerp
- Gratis nummer voor meer info





GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Afstemming concept

- Klankbordgroep
- Getest bij doelgroep
- Tekstadvies door Wablief
- Watermaatschappijen
- VVSG
- VMM



GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Communicatietools

- Brochure
- Keukenhanddoek
- Website - www.vmm.be/waterloket
- Affiches
- Voorbeeldartikel





GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Evaluatie campagne

- Werd de beoogde doelgroep bereikt met deze campagne ? Via welke kanalen ?
- Hoe kwam de boodschap over ? Wat hebben ze hier uit begrepen ?
- Hebben zij de ontvangen informatie nuttig kunnen gebruiken ?
- Gaan zij in de toekomst anders handelen ?



GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

Evaluatie campagne

- Door onafhankelijk onderzoeksbureau
- Kwalitatief onderzoek bij kansarmen
 - 6 interviews op 4 vertrouwde locaties
 - wie werkt mee?
 - maart 2013
- Kwantitatief onderzoek bij intermediairen
 - online bevraging bij wie het materiaal kreeg
 - u doet mee?
 - maart 2013



GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

En nu?

- Bekendmaken campagne
- Verdelen materiaal
- Bestel en vertel!



GOED GEREgeld = GELD GESPAARD

